

PEMETAAN *IMAGE* KONSUMEN TERHADAP KOMODITAS UNGGULAN BUAH SALAK PONDOKH DI JOMBANG

Lidya Dwi Astiti¹, Septi Ambar Indraningtia Sukma², Yessita Puspaningrum³

^{1,2} Agribisnis, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Jombang

³Teknologi Hasil Pertanian, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, Jombang

Submitted: 20-06-2025 | Revisions: 06-07-2025 | Published: 29-07-2025

DOI : 10.32764/sigmagri.v5i1.1528

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the factors that influence purchasing decisions in terms of taste, color, price, quality, texture and size in purchasing decisions of Pondok snake fruit in Jombang. This study used Validity Test, Reliability Test, Descriptive Analysis and Correspondence Analysis. The results of this study indicate that The results of the Correspondence Test of the taste variable are 61.0% with an eigenvalue of 75.2%, C-square value of 2303.406 P Value <0.05. Texture variable 74.5% with an eigenvalue of 89.7%, C-square value of 1404.989 P Value <0.05. Quality variable 47.2% with eigenvalue 69.8%, C-square value 3381.037 P Value <0.05. Taste variable 77.4% with eigenvalue 49.7%, C-square value 858.459 P Value <0.05. Color variable 75.5% with eigenvalue 50.9%, C-square value 4090.960 P Value <0.05. Size variable 71.0% with eigenvalue 47.2%, C-square value 476.786 P Value <0.05. So it can be stated that the variables of taste, color, price, quality, texture and size have a significant influence on purchasing decisions on consumer image of the superior commodity of Pondok snake fruit in Jombang.

Keywords: Mapping, Image, Consumers, Salak, Pondok.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian dari segi rasa, warna, harga, kualitas, tekstur dan ukuran dalam keputusan pembelian buah salak pondokh di Jombang. Pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Analisis Deskriptif dan Analisis Korespondensi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari Hasil Uji Korespondensi variabel rasa 61,0% dengan nilai eigen 75,2%, nilai *C-square* 2303,406 *P Value* < 0,05. Variabel tekstur 74,5% dengan nilai eigen 89,7%, nilai *C-square* 1404,989 *P Value* < 0,05. Variabel kualitas 47,2% dengan nilai eigen 69,8%, nilai *C-square* 3381,037 *P Value* < 0,05. Variabel rasa 77,4% dengan nilai eigen 49,7%, nilai *C-square* 858,459 *P Value* < 0,05. Variabel warna 75,5% dengan nilai eigen 50,9%, nilai *C-square* 4090,960 *P Value* < 0,05. Variabel ukuran 71,0% dengan nilai eigen 47,2%, nilai *C-square* 476,786 *P Value* < 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa dari variabel rasa, warna, harga, kualitas, tekstur dan ukuran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada pemetaan *image* konsumen terhadap komoditas unggulan buah salak pondokh di Jombang.

Kata Kunci : Pemetaan, *Image*, Konsumen, Salak, Pondok.

How to Cite:

Astiti, L., D., Sukma. S.A.I., Puspaningrum, Y. (2025). Pemetaan *Image* Konsumen Terhadap Komoditas Unggulan Buah Salak Pondok Di Jombang. *Sigmagri*, 5(1),195-201. 10.32764/sigmagri.v5i1.1528

*Penulis Koresponden:

Email: septi@unwaha.ac.id



PENDAHULUAN

Komoditas unggulan daerah memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian lokal. Salah satu komoditas yang berkembang pesat di Kabupaten Jombang adalah buah salak (*Salacca zalacca*), yang dikenal masyarakat karena rasanya yang manis dan asam serta teksturnya yang khas. Di Desa Sentul, salak pondoh menjadi hasil pertanian utama dengan potensi besar untuk dikembangkan, baik di pasar domestik maupun pasar modern. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jombang (2023), salak pondoh termasuk komoditas pertanian yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah.

Namun, meskipun memiliki potensi besar, petani salak pondoh di Desa Sentul menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam meningkatkan daya saing produk di pasar yang luas. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana membentuk citra positif di mata konsumen. Pemetaan citra konsumen sangat penting untuk mengetahui persepsi mereka terhadap berbagai aspek produk seperti harga, kualitas, tekstur, rasa, warna, dan ukuran, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian. Informasi ini dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat bagi pengembangan salak pondoh (Khasan & Fauziah, 2019).

Citra konsumen merujuk pada persepsi atau kesan yang terbentuk terhadap suatu produk, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, kualitas, dan karakteristik fisik produk (Kotler & Keller, 2016 dalam Tanady & Fuad, 2020). Dalam konteks ini, citra buah salak pondoh di Kabupaten Jombang dapat bervariasi tergantung pada pengalaman dan preferensi masing-masing konsumen. Oleh karena itu, pemetaan persepsi konsumen terhadap buah salak pondoh perlu dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama pada pasar yang belum digarap secara optimal.

Salak pondoh merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan di Indonesia. Menurut Widodo & Herawati (2019), salak atau *snake fruit* merupakan buah yang banyak dibudidayakan di Sumatra dan Jawa. Berdasarkan data produksi Provinsi Jawa Timur dari Buku ATAP Hortikultural (2023), produksi salak meningkat dari 102.283 ton pada 2019 menjadi 385.831 ton pada 2023, meskipun sempat mengalami fluktuasi pada 2022.

Kabupaten Jombang sendiri pada tahun 2021 mencatat produksi sebesar 20.633 kuintal, dan turun menjadi 16.741 kuintal pada 2022 (BPS Jombang, 2023). Penurunan ini sebagian besar disebabkan oleh kondisi cuaca ekstrem dan curah hujan tinggi yang menyebabkan gagal panen. Hal ini berdampak langsung pada penurunan pendapatan petani, yang turut memengaruhi kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Selain itu, penurunan harga jual di pasar juga turut menurunkan pendapatan petani. Faktor seperti inflasi, biaya transportasi, dan menurunnya minat beli konsumen menjadi penyebab turunnya harga salak pondoh (Dewani et al., 2024). Penurunan kualitas produk akibat cuaca buruk juga menurunkan daya tarik salak di mata konsumen (Mulyani & Prasetyo, 2024). Kondisi ini mencerminkan pentingnya penguatan citra produk agar tetap kompetitif di pasar.

Sebagai komoditas unggulan Desa Sentul, salak pondoh memiliki kontribusi besar dalam sektor pertanian Jombang. Penurunan citra dan pendapatan petani tidak hanya berdampak pada ekonomi lokal, tetapi juga memperlemah daya saing produk di pasar. Oleh karena itu, penting dilakukan analisis citra konsumen bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian terhadap buah salak pondoh. Hasil pemetaan ini diharapkan dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang tepat serta memberi masukan bagi petani dan pemerintah daerah dalam

pengembangan kebijakan yang mendukung pertumbuhan pasar salak pondoh.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa citra produk memiliki hubungan kuat dengan keberhasilan pemasaran. Dube-Rioux (1987) menyatakan bahwa citra produk dapat memengaruhi loyalitas konsumen, sedangkan Lin & Lee (2016) menekankan pentingnya kualitas, keaslian, dan reputasi produk dalam membentuk citra positif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor dari pemetaan citra konsumen terhadap salak pondoh yang berada di Desa Sentul untuk mengetahui secara jelas faktor-faktor yang memengaruhi pembelian, serta membangun citra produk yang mampu bersaing di pasar lokal dan modern.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang mengungkap besar kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka-angka, dengan cara mengumpulkan data-data yang berupa faktor pendukung terhadap pengaruh antara variabel-variabel yang bersangkutan kemudian mencoba untuk dianalisis (Sugiyono, 2019).

Populasi menurut (Sugiyono, 2022:130) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek, karena mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu. Dapat ditetapkan oleh seorang peneliti untuk memperoleh hasil serta mempelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya. Penelitian kali ini memilih populasi para konsumen buah salak di dalam kurun waktu 2024 di Desa Sentul Tembelang Jombang yang memiliki populasi penduduk di angka mencapai 6.000 penduduk di tahun 2024 dan 2.000 Kartu Keluarga dalam satu desa (Data Desa Sentul, 2024).

Menurut (Sanusi, 2011) dalam (Ginting, 2018), sampel dikatakan baik jika sampel yang dapat menjadi wakil karakteristik dari populasi yang akan ditunjukkan dengan jumlah penduduk kurang lebih 6.000 jiwa tingkat okurasi dan presisinya. Pada proses pengumpulan data primer ini menggunakan *random sampling* (pengambilan sampel secara acak) dan semuanya memiliki kebun salak, dilakukan dengan sebuah wawancara secara langsung oleh responden.

Berikut kriteria-kriteria yang ditentukan penulis:

1. Jenis kelamin laki laki dan Perempuan.
2. Berusia > 20t ahun.
3. Pernah mengonsumsi mengonsumsi buah salak pondoh Jombang.

Untuk menghitung jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin menurut Riyanto & Hetmawan, (2020:12-13) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+e^2}$$

Keterangan:

N : Populasi
n :Jumlah Sampel
e² : Presentase batas toleransi

Dimana diketahui:

Pengambilan sampel dilakukan dengan sebuah tingkat keoercayaan sebesar 95% dan untuk tingkat kesalahannya adalah 5% (0,01), maka besar sampel bisa diambil yaitu:

$$\begin{aligned}n &= \frac{6,000}{1+(6,000 \times 0,1^2)} \\n &= \frac{6,000}{1+ (6,000 \times 0,1)} \\n &= \frac{6,000}{1+ 6001} \\n &= \frac{6,000}{60,01}\end{aligned}$$

n = 99,81

Berdasarkan hasil perhitungan slovin jumlah sampel yang akan digunakan adalah 99,81 yang kemudian akan diulatkan menjadi 100 responden. Alasan dibulatkannya menjadi 100 responden karena agar data menjadi valid jika ada salah satu data tidak valid bisa digunakan sebagai pengganti data yang tidak valid tersebut. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, analisis deskriptif dan analisis korespondensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel/indicator	R hitung	R tabel	Keterangan
Rasa (X1)			
Item 1	0,521	0,196	Valid
Item 2	0,796	0,196	Valid
Item 3	0,859	0,196	Valid
Item 4	0,788	0,196	Valid
Warna (X2)			
Item 1	0,822	0,196	Valid
Item 2	0,717	0,196	Valid
Item 3	0,607	0,196	Valid
Item 4	0,649	0,196	Valid
Item 5	0,516	0,196	Valid
Item 6	0,710	0,196	Valid
Harga (X3)			
Item 1	0,509	0,196	Valid
Item 2	0,535	0,196	Valid
Item 3	0,529	0,196	Valid
Item 4	0,591	0,196	Valid
Kualitas (X4)			
Item 1	0,750	0,196	Valid
Item 2	0,808	0,196	Valid
Item 3	0,939	0,196	Valid
Item 4	0,567	0,196	Valid
Item 5	0,750	0,196	Valid
Item 6	0,808	0,196	Valid
Tekstur (X5)			
Item 1	0,750	0,196	Valid
Item 2	0,808	0,196	Valid
Item 3	0,939	0,196	Valid
Item 4	0,567	0,196	Valid
Item 5	0,750	0,196	Valid
Item 6	0,808	0,196	Valid
Ukuran (X6)			
Item 1	0,521	0,196	Valid
Item 2	0,796	0,196	Valid
Item 3	0,859	0,196	Valid
Item 4	0,788	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Item 1	0,521	0,196	Valid
Item 2	0,796	0,196	Valid
Item 3	0,859	0,196	Valid
Item 4	0,795	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah (2025)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari r hitung dari variabel rasa (X1), warna (X2), harga(X3), kualitas (X4), tekstur (X5), ukuran (X6) dan keputusan pembelian (Y1) keseluruhan indikator yang diuji bernilai positif dan lebih besar daripada nilai r tabel yaitu 0,196. Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa keseluruhan butir indikator yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid. Sejalan dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Ilmiah & Krishernawan (2020) menyatakan bahwa Suatu kuisisioner dikatakan valid jika r hitung > r tabel dan positif maka dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
 Hasil Uji Realibilitas

Variabel/indicator	Cronbach's Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Harga (X1)	0,736	0,60	Reliabel
Tekstur (X2)	0,847	0,60	Reliabel
Kualitas (X3)	0,784	0,60	Reliabel
Rasa (X4)	0,740	0,60	Reliabel
Warna (X5)	0,784	0,60	Reliabel
Ukuran (X6)	0,680	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,787	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa variabel harga (X1), tekstur (X2), kualitas (X3), rasa (X4), warna (X5), ukuran (X) dan keputusan pembelian (Y1) mempunyai koefisien *Cronbach Alpha* di atas 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data ini adalah reliabel, diketahui bahwa nilai *Cronbach alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa data reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Analisi Deskriptif

Tabel 3
 Hasil Analisis Deskriptif

Variable	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Jumlah Nilai	Devisiasi Standar
Rasa (X1)	5.00	16.00	8.3800	1.94770
Warna (X2)	14.00	24.00	19.4500	2.10038
Harga (X3)	9.00	16.00	12.3900	1.42768
Kualitas (X4)	11.00	24.00	19.1400	2.60543
Tekstur (X5)	4.00	16.00	9.5300	1.98202
Ukuran (X6)	5.00	16.00	8.5900	1.98018
Keputusan pembelian (Y)	3.00	12.00	6.8600	1.67585
Total Valid	100			

Sumber: Data primer diolah (2025)

Dari hasil uji deskriptif, dapat dinyatakan serta dapat disimpulkan bahwa dari hasil hitung menggunakan SPSS versi 22 bahwa nilai minimum untuk satu variabel ini adalah di angka 500, yang menunjukkan bahwa nilai terkecil yang tercatat dalam data. Nilai maksimum tercatat sebesar 16.000, menandakan bahwa nilai terbesar dalam data penelitian kali ini mencapai 16.000. dari nilai yang memiliki rata-rata untuk suatu variabel ini adalah sebesar 8.3800, yang telah memberikan suatu gambaran umum bahwa nilai pada umumnya akan terdistribusi disekitaran angka tersebut. Selain dari situ, standar devisiasi yang diperoleh sebesar 1.94770 menunjukkan bahwa terdapat sejumlah variasi atau suatu penyimpangan yang cukup signifikan.

Analisi Korespondensi

Tabel 4
Hasil Analisis Korespondensi

Dimensi	Nilai Singular	Nilai Eigen	Chi- square	Persen proporsi	Persen kumulatif
Harga					
1	0,867	0,752		0,610	0,971
2	0,723	0,532	2303,406	0,490	0,912
Total		1,273		100,000	1,883
Tekstur					
1	0,897	0,805		0,745	0,745
2	0,477	0,228	1404,989	0,255	0,956
Total		1,033		100,000	1,701
Kualitas					
1	0,842	0,698		0,472	0,472
2	0,739	0,748	3381,037	0,568	0,642
Total		1,473		100,000	1,114
Rasa					
1	0,857	0,497		0,774	0,497
2	0,683	0,540	858,459	0,625	0,774
Total		1,037		100,000	1,271
Warna					
1	0,869	0,509		0,755	0,509
2	0,800	0,640	4090,960	0,542	0,613
Total		1,149		100,000	1,122
Ukuran					
1	0,842	0,472		0,710	0,472
2	0,772	0,595	476,786	0,398	0,868
Total		1,067		100,000	1,340

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis korespondensi menunjukkan bahwa variabel harga, tekstur, kualitas, rasa, warna, ukuran memiliki sumbu pertama dan kedua dengan nilai mencapai angka 100%, dalam variansi data dipetakan menjadi dua dimensi yang dapat menunjukkan hubungan yang signifikan antara baris dengan kolom dengan pendistribusian dari angka variabel terhadap Keputusan pembelian karena $p\ value < 0,05$ maka hasil dapat dinyatakan signifikan secara statistik.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dari keseluruhan pengolahan serta pembahasan yang sudah di tulis oleh peneliti maka dalam hal ini adalah Kesimpulan yang telah didapatkan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penilaian tersebut, dapat memberikan Kesimpulan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam Pemetaan Image Konsumen Terhadap Komoditas Unggulan Buah Salak Di Jombang tepatnya di Desa Sentul dari variabel rasa, warna, harga, kualitas, tekstur dan ukuran ke enam variabel tersebut yang memiliki nilai variabel rasa $0,497 < 0,05$, warna $0,509 < 0,05$, harga $0,752 < 0,05$, kualitas $0,698 < 0,05$, tekstur $0,897 < 0,05$ dan ukuran $0,472 < 0,05$ menunjukkan bahwa nilai diatas memiliki hubungan yang signifikan karena memiliki nilai rata-rata yang lebih besar di bandingkan dengan nilai $r\ tabel (0,05)$. Hasil analisis data yang telah dikumpulkan oleh peneliti bahwa variable rasa (X1) dengan nilai 5.00 nilai minimum, 16.00 nilai maksimum, total nilai 8.3800 dengan satandar deviasiasi 1.94770 adalah variable yang sangat berpengaruh terhadap faktor dalam pengambilan keputusan pembelian buah salah pondoh di desa Sentul. Nilai signifikasi deskriptif

menjelaskan bahwa seorang konsumen sering menilai dari segi rasa yang dimiliki salak pondoh dibandingkan dengan varietas lainnya seperti salak jati rejo dan salak Sentul, sehingga para konsumen lebih memilih salak pondoh di bandingkan salak jati rejo dan salak Sentul.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, (2023). Statistik Pertanian Kabupaten Jombang Hasil Pencacahan Lengkap Sensus Pertanian.
- BPS, (2021). Statistik Pertanian Hortikultura SPH-BST/ BPS-Statistics Indonesia, Agricultural Statistic for Horticulture SPH-BST
- Dewani, S. L., Azmi, R., Rangkuti, A. A., Nugrahani, R. U., Tiong, P., Edris, M., & Wijaya, L. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Pradina Pustaka.
- Ginting, N. B. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Sekar Mulia Abadi Medan. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 130-139.
- Hapsari, D. P., Senjawati, N. D., & Utami, H. H. (2023). Pengaruh Faktor Sikap, Gaya Hidup, Budaya, Kelompok Acuan, Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cokelat Premium Di Won. dis Cokelat. *Journal of Agricultural Social and Business*, 2(2), 21-29.
- Harsono, S. N. H. (2024). Peranan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Dalam Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Obat Tradisional Tawon Klanceng Raja Sirandi Studi Kasus Bpom Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(7).
- HASDAR, H. (2013). Pemetaan Persepsi Relatif Konsumen Handphone Merek Nokia, Samsung, Blackberry Dan I Phone Di Makassar (*Doctoral dissertation, Universitas Hassanuddin*).
- Khasan, U., & Fauziah, E. (2019). Pemetaan Image Konsumen Terhadap Produk White Coffee Di Hypermart Bangkalan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 78-88.
- Mahyuddin, M. J. (2016). Model Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Bermain Peran Untuk Meningkatkan Keterampilan Sosial. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 2(1), 1.
- Mariana, I., Sofilda, E., & Harris, F. (2025). Geographical Indication Commercialisation Policy through Tourism Sector on Economic Prosperity. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 18(03), 51-64.
- Mulyani, S., & Prasetyo, D. T. (2024). Peranan Koperasi Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Kesejahteraan Peternak Sapi Perah Dalam Tinjauan Ekonomi Syariah:(Studi Pada Koperasi Peternakan Sapi Perah Setia Kawan Nongkojajar, Kabupaten Pasuruan). *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 300-320.
- Nasution, F. I., Andasuryani, A., & Putri, R. E. (2021). Pengembangan Metode

- Image Processing Untuk Grading Buah Salak Padang Sidempuan (Salacca Sumatrana). *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 25(2), 249-257.
- Ono, S. (2020). Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55-61.
- Pertanian, K. (2024). Buku Atap Hortikultura 2023. *Jakarta: Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian*.
- Paloma, C., Raesi, S., & Yusmarni, Y. (2023). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Padang. *Journal of Agribusiness and Community Empowerment (Jace)*, 6(2), 93–102. <https://doi.org/10.32530/jace.v6i2.681>
- Rasmikayati, E., Pardian, P., Hapsari, H., Ikhsan, R. M., & Saefudin, B. R. (2017). Kajian Sikap Dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk Dan Potensi Kedainya. *Mimbar Agribisnis*, 3(2), 117-133.
- Riwoe, F. L. R., & Purba, J. H. V. (2021). Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus IBI Kesatuan. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 5(1), 39-48.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432-439.
- Sinaga, M. A. P. (2022). Sistem Informasi Geografis Pemetaan Lokasi Izin Dokter Praktik Di Kota Medan (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Kota Bogor. *YUME: Journal of Management*, 4(2).
- Suyanto, M. M. (2020). Analisis Niat Membeli Kembali Pada Healthy Restaurant Dengan Pendekatan Teori Stimulus-Organism-Response (SOR).
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tinambo, T. A., & Sunaryanto, L. T. (2021). Factors Affecting Consumer Decisions in Purchasing Vegetables Salatiga Bale Hydroponics. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8, 762–771.
- Widodo, P., & Herawati, W. (2019). Distribution of Salacca zalacca ‘ Kelapa .’ 36(1), 10–14. <https://doi.org/10.20884/1.mib.2019.36.1.634>